全媒体时代：传统媒体记者如何应对挑战与转型

廖文友
（衡阳市广播电视台，湖南 衡阳 421001）

摘　要：面对当今全媒体时代，报纸、广播、电视等传统主流媒体记者如何应对？笔者作为一名从业 23 年的一线传统媒体新闻采编记者，通过自身向全媒体记者转型的实践经历，做出突围、转型的深层思考。本文以自身的实践经验就以下几方面阐述了传统媒体记者转型的有效路径：面对媒体格局变迁，主动融合发展；面对舆论生态变化，把握好时度效；面对受众需求升级，坚持内容为王；面对履责环境复杂，强化社会责任；面对技术革新焦虑，选择拥抱转型。

关键词：全媒体；传统媒体；新闻记者；融合发展；转型升级　　**中图分类号：**G2　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）05-072-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.05.022
本文著录格式：廖文友．全媒体时代：传统媒体记者如何应对挑战与转型 [J]. 中国传媒科技，2021（05）：72-74.

随着互联网的蓬勃发展，全媒体成为势不可挡的时代潮流：互联网社交平台和自媒体平台迅速崛起，出现了网络广播、网络电视、手机电视、数字报纸、数字杂志、数字广播、手机短信、移动电视、触摸媒体等令人眼花缭乱的新媒体业态，它们采用多种综合媒介形态和表现手段，针对不同受众的不同需求，通过多种传播平台、载体和渠道进行全方位、多层次、复合式、立体型的信息生产传播和信息消费应用。

笔者作为传统媒体记者，有在报纸、杂志、广播、电视等媒体长时间工作的履历。面对全新的媒体格局和业态，也曾产生过焦虑、彷徨乃至无力感。

如何应对并成功转型？近年来，笔者在今日头条、腾讯新闻、抖音、西瓜视频等多个新媒体平台发力，做了由传统媒体记者向复合型全媒体记者转型的尝试，目前是今日头条等新闻平台的大 V 创作者，图文、视频、问答等均过原创，对传统媒体记者如何应对全媒体时代的挑战与转型略有心得，下文着重与读者分享。

1. 全媒体的主要特征：全程、全息、全员、全效

所谓全媒体，是从当代媒体特性的角度而言，包括了不断融合发展中的传统媒体和互联网新媒体。随着互联网和移动技术的飞速发展，当代媒体传播采用多种表现手段，如文、图、声、光、电，来全方位、立体的展示传播内容，综合利用文字、声像、网络、通信等传播手段，针对不同受众的不同需求，进行全方位、多层次、融合型的信息生产、传播、消费、应用。全媒体的“全”，不仅包括报纸、杂志、广播、电视、网络、电信、卫星通信在内的各类传播工具，还涵盖视觉、听觉、触觉等人们接受信息的全部感官，并通过算法和大数据，针对受众的不同需求，选择最适合的媒体形态和渠道，最大限度实现对受众的全面覆盖及最好的传播和应用效果，形成了全程媒体、全息媒体、全员媒体和全效媒体。

全程媒体，是指媒体基本实现了新闻和信息的全程同步记录、传输，传播做到了无时不有。

全息媒体，是指数据化、标准化记录，多角度、多方位再现，几乎实现信息或任一物体在空间的全方位呈现、多角度同步传播，新闻和信息传播无处不在。

全员媒体，是指由于手机等便携式智能终端的普及应用，新闻和信息传播门槛大幅降低，人人都是媒体、个个都有话筒，信息传播几乎无处不在。

全效媒体，是指媒体能够精准带给受众更广泛的体验和服务，释放出更强大的效能：文字、图片、声音、图像等信息交叉综合，移动化与分众化融合，信息、社交、政务、商务等服务叠加。

从传媒人员的视角看，全媒体在形式上是不同媒介类型之间的嫁接、转化及融合；内容上，体现在全媒体采编、全媒体传播和全媒体运营。全媒体采编，就是针对媒体特征和受众需求的不同，进行适当的采编流程重组，运用多种不同的信息传递方式，满足不同需求的受众；全媒体传播，就是采用不同的媒体渠道，进行内容的多媒体、多平台发布，以抵达最广泛的受众；全媒体运营，就是在完成媒体架构和用户积累后，利用大数据、算法等先进技术手段，定义和画像受众，并拓展到商业应用上，在兼顾社会效益的前提下，产生最大化的商业经济效益。

2. 传统媒体记者面临的挑战

面对全媒体时代，传统媒体记者也迎来了多重复杂、严峻的挑战。

2.1　媒体格局发生巨大变迁

当今，以大数据和人工智能技术为代表的智能技术革命方兴未艾，社交媒体疯狂吸纳用户受众，算法推送精准满足各类受众用户的喜好、个性，导致传统媒体受众发生大规模迁移以及媒体接触习惯的大幅度改变。报纸、电视等传统主流媒体的传播渠道优势、区域全民覆盖的规模优势、注意力优势在减弱，传统媒体记者在舆论场中的存在感、吸引眼球的聚焦度等都受到影响，这让许多传统媒体记者充满了迷惘和挫败感。

2.2　舆论生态发生巨大变化

全媒体时代，人人都是媒体、个个都有话筒，社会舆论的形成机制已经发生深刻变化，舆论生态已经趋向

多样化、多元化。在社会主义初级阶段，改革攻坚期、社会转型期与矛盾凸显期“三合一”叠加，谣言、不良传言刺激舆情舆论失控，热点事件屡次反转造成公众困惑，法规制度在个别区间陷入认知误区，这些高风险舆情时有发生。如何在多元中立主导、在众声中寻共识？面对全媒体时代的汹汹舆情，新闻记者和新闻从业人员的风险变数在增多、难度系数在加大。

2.3 受众对新闻信息产品的需求升级

在信息过载、声音多元、选择多样的全媒体时代，公众对新闻和信息产品的要求更加个性化，对新闻和信息的体验以及服务更加注重。海量的新闻和信息中，品质一般的作品传播力和影响力都有限，很快就会消失在新闻和信息传播的茫茫海洋中；品质差的作品不仅不能起到“围绕中心、服务大局”的作用，反而会带来反效果，产生消极影响力的同时造成新闻舆论公信力的损害；只有真正满足公众期待，引发公众共情共鸣，带来正能量的“有思想、有温度、有品质”的精品力作才能走进受众心中，产生强大的传播力、引导力、影响力、公信力。对传统媒体记者而言，面对受众对新闻信息产品的需求升级，有对传统新闻信息产品生产体制、机制的无奈，也有对全媒体新闻信息产品生产、传播乃至运营不熟悉不适应的问题。

2.4 履行职责的环境更加复杂

全媒体时代，自媒体的快速发展和崛起是其主要标志。而自媒体在快速发展过程中，刻意迎合受众情绪、情愫、口味，忽略客观事实，高举“娱乐至上”的旗帜调侃一切，娱乐化放大碎片信息的情形屡见不鲜，新闻失去了客观真实，新闻信息在各个玩家作者手里成为“可方可圆”的橡胶泥，由此造成一个新闻事实却有许多不同甚至截然相反的版本，新闻事实真相也屡屡反转，让受众无所适从，媒体和传媒人员的公信力大打折扣。加之传统媒体自毁公信力的失规失范现象也时有发生，如发布虚假不实新闻和信息失去受众信任；正面宣传因文风浮夸不实沦落为“高级黑”；新闻从业人员违反职业道德，造成媒体公共形象崩塌等等，败坏了媒体和传媒人员的公信力。

2.5 面对技术驱动下的情绪焦虑

随着媒体载体和渠道技术的日新月异，一些技术名词成为媒体业界频频提及的高频词，如 VR（虚拟现实 Virtual Reality）、AR（增强现实 Augmented Reality）、MR（混合现实 Mixed Reality）、5G、算法、数据挖掘、用户画像等等。层出不穷的技术新名词让传统媒体记者陷入一种焦虑情绪之中。传媒新产品以及新的制作技术、传播技术、渠道技术加剧了传统媒体记者被抛弃的恐慌。特别是借助新的媒介技术，出现了一些新的新闻产品概念，如沉浸式新闻、游戏新闻等，更让传统媒体记者迷惘不已。

3. 迎接挑战成为复合多能型全媒体记者

在全媒体时代背景下，勇敢迎接挑战，向全媒体记者转型是传统媒体记者不被时代潮流淘汰的必然选择。面对当今媒体格局变迁、舆论生态变化等一系列挑战，传统媒体记者如何攻坚克难，履行好新时代党的新闻工作者的职责和使命呢？

3.1 面对媒体格局变迁，主动融合发展

全媒体时代，受众大规模向社交媒体和互联网自媒体平台迁移。受众在哪里，新闻舆论的阵地就在哪里。要让党的路线方针政策进入寻常百姓家，要让主流价值观成为社会舆论主导。一方面传统媒体要主动抓住互联网蓬勃发展的风口，加强融媒体硬件和人才建设，整合传播渠道，以全新矩阵走入公众，重新成为受众获取新闻和信息的首选或主要选择；另一方面，传统媒体的记者要主动融合发展，挺进社交媒体和互联网自媒体平台，通过实践、认识、再实践、再认识，在其中摸爬滚打，逐步掌握每个平台玩法和规则，努力在其中成为既传播党和政府声音、传播社会主义核心价值观，又联结百姓和网民诉求的大 V。

以自身实践经验为例，笔者以前用过 QQ 空间、微信朋友圈，微博和微信公众号流行以后，感觉到舆论风口和舆论场可能要发生迁移。2014 年以后，随着互联网四大自媒体平台：头条号、企鹅号、百家号、大鱼号上线，各平台开发的手机自媒体 App 今日头条、腾讯新闻、百度网页资讯、UC 浏览器网页资讯、抖音、西瓜视频等以每年亿级的规模吸粉读者、观众和听众。作为传统媒体记者，此时真真切切地感受到传统主流媒体的被冷落。2017 年，笔者开始接触新媒体，研究网络媒体平台内容审核、分发、推荐机制和平台作者运营机制等一系列实践操作。通过努力，成为国内最大新媒体平台今日头条加 V 作者、图文原创作者、视频原创作者以及问答原创作者。同时，个人视频专栏也被西瓜视频团队、微信团队等邀请进驻多个视频 App，初步形成了新媒体传播个人品牌和全媒体传播优势。转型的方法方式可供同行借鉴。

3.2 面对舆论生态变化，把握好时度效

全媒体时代，个个都是媒体，人人都有话筒。如何在多元中“高举旗帜”、在众声中“引领导向”？这就需要把握好时度效。时，就是时机、节奏；度，就是力度、分寸；效，就是效果、实效。把握时度效，目的是面对舆论生态变化，提高新闻舆论的引导力。

全媒体时代，面对“众声喧哗”的公共舆论广场，党的新闻工作者必须有“围绕中心、服务大局”的责任意识，抓住受众关注的难点、热点，把握好新闻采访、发布时机，让该热的热起来、让该冷的冷下去，该说的说到位，利用新媒体新平台矩阵，打造好全媒体时代舆论导向风向标、主流价值指南针。

2020 年在抗击新冠肺炎疫情期间，本人参加了中共衡阳电视台党总支抗疫突击队，通过“今日头条”“衡阳头条”等新媒体平台，发表了冒着生命危险在隔离病区等抗疫一线采访的 40 多条图文和视频稿件，这些稿件涵盖最新的抗疫方针政策、医院抗疫消息、最新的疫情报告、抗疫物资信息、抗疫人物事迹等，有分寸、有重点、有导向，通过互联网新媒体第一时间发布，其中发在“今

日头条”“衡阳头条”的稿片，本土受众每周浏览量在40万人以上，读者好评如潮。

传统媒体记者要转型为新媒体作者，虽然付出的精力较多，初期较难，但熟能生巧。只要不故步自封，积极转变思维模式、更新理念，适应了新媒体节奏和方法，就能做到游刃有余。新媒体的采访、编辑、审核、发布相对于传统媒体发布流程而言，时效性更强，发布更便利，但越是如此，要把党的新闻工作者的职责和使命越要时刻牢记心中，传统媒体记者转型为新媒体记者，一大特点是能坚持“导向金不换”“新闻专业主义”，而不是大多数自媒体作者的自由松散。实践证明，面对舆论生态变化，把握好时度效，就能够提高新闻舆论的引导力。

3.3 面对受众需求升级，坚持内容为王

全媒体时代，自媒体平台成为全民发声互动的舞台，并通过手机等移动设备，每天生产和快速传播出海量的图文、音视频信息。受众的选择太丰富了！作为专业生产新闻信息产品的记者，面对网络铺天盖地的更新信息和多元化的声音，如何让自己的新闻作品脱颖而出，被大众认同刷屏，真正产生影响力？

在新闻舆论传播的影响力竞争中，记者身份、媒体体量和级别都不是决定因素，内容才是王道，新闻作品所描述的事、所占据的理、所包含的情、所蕴藏的美，才是新闻作品被受众青睐的根本。只有精神丰厚、内容丰实、感情丰富的优秀作品才能与受众共情共鸣，达到“团结人民，鼓舞士气”的作用。在中华人民共和国新闻史上，像魏巍先生报道抗美援朝志愿军战士英雄事迹的《谁是最可爱的人》以及对领导干部楷模焦裕禄、孔繁森事迹的报道作品，就展现了被报道人物感人的精神力量以及独特的人格魅力，让受众深受感动而自愿被引导和受教育。

作为全媒体时代的新闻记者，要写出内容优质、被受众追捧、具有强烈用户黏性的新闻和信息传播作品，必须提高脚力、眼力、脑力、笔力。脚力就是线上线下开展社会调查，深入群众生活，了解网民生态的基本功。线下，要深入走基层进一线，“好新闻都是脚板跑出来的”；线上，要深入互联网战场，了解民意民声，加强互联网时代无形的脚力；眼力就是线下线上挖掘题材、发现新闻的能力，体现的是记者的政治敏锐性、新闻敏感性；脑力是线上用主流价值导向推荐算法的引导力、线下的把握时度效的新闻策划力；笔力是记者的写作能力或者说表达呈现能力，全媒体时代要求记者是多个种类媒体表达呈现的多面手，既能写纸媒也能写好广播稿、电视稿，还能做网文，甚至包括有较好的拍照、摄像、制作水平。

3.4 面对履责环境复杂，强化社会责任

新闻媒体是党和人民的喉舌，“做好党的新闻舆论工作，事关旗帜和道路，事关贯彻落实党的理论和路线方针政策，事关顺利推进党和国家各项事业，事关全党全国各族人民凝聚力和向心力，事关党和国家前途命运。”[1]然而，全媒体时代蓬勃生长的自媒体，其良莠不齐、碎片化的海量新闻信息传播，却拖累了公众对新闻舆论公信力的认可。

要铸就新闻舆论的公信力，面对履责环境的复杂，全媒体时代新闻人必须把住“强化社会责任”这个关键。要毫不动摇地坚持党性原则，坚持马克思主义新闻观，坚持正确的舆论导向，在“围绕中心、服务大局”中找准坐标和定位，在党和人民需要时不缺位；不管新媒体如何变化，坚持新闻真实性原则不能变，坚持“走基层、转作风、改文风”不能变，线下要踏进群众门槛，走进群众心坎，线上要明察民声民意，做好窗口桥梁，赢得党和人民信任；要恪守新闻工作者职业道德，坚决抵制虚假新闻、有偿新闻和有偿不闻，做一个忠诚干净担当的有品位的新闻工作者。

3.5 面对技术革新焦虑，选择拥抱转向

历史地看，新闻传播史也是一部媒介技术革新史。新技术改变了新闻传播的技术手段，也改变了传播媒体的结构：从纸张、印刷出现到报纸，从电报、电话出现到广播，从照相、摄像出现到电视，都是如此。今天，传播的主流媒介借由远程传输以及移动传播等技术的飞速发展，已经历史性地开始由过去的报纸、电视等传统媒体转移到了互联网。

媒介结构的变化在政治、经济、文化等方面引发了一系列反应：在政治层面，主流媒介的迁移使传播权力转移，新闻宣传工作在意识形态、舆论调控上遭遇挑战；在市场层面，传统媒体用户流失严重，经营滑坡，新媒体则迅速崛起；在文化层面，新媒体将新闻生产个人化，公众变成用户，集中传播的方式也变为基于算法技术的精准推送，新闻形态、受众偏好等也大幅度改变。

拥抱新技术、转向互联网成为传统媒体的必然选择，传统媒体记者更应先行一步，学习和实践新媒体、新业态，锤炼成为优秀的复合多能型全媒体记者，践行好“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的光荣职责和使命。媒

参考文献

[1] 习近平在党的新闻舆论工作座谈会上发表重要讲话[EB/OL]. 新华网，http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/szyw/201602/21/t20160221_8968832.shtml.2016-2-19.

作者简介： 廖文友（1968-），男，湖南衡阳，历任衡阳电视资讯频道、衡阳电视党建先锋频道栏目部主任，报道部主任，党支部委员等职务，研究方向：传统媒体与新媒体比较。

（责任编辑：李净）